



**Comportamiento ante la lectura y la
compra de libros en el medio rural en
Castilla y León, 2008
(Estudio cualitativo)**

Resumen ejecutivo

Departamento de Análisis y Estudios
Peñaranda de Bracamonte, 2009

Estudio cualitativo sobre el comportamiento ante la lectura y la compra de libros de los lectores en el medio rural de Castilla y León, 2008

El estudio cualitativo realizado entre la población lectora del medio rural de Castilla y León pone de relieve que existen en este hábitat ciertas peculiaridades que favorecen el hábito lector, a la vez que existen otras que lo inhiben.

Entre los **elementos que favorecen el hábito lector**, se pueden resaltar:

- Diferentes acciones institucionales que inciden positivamente en el hábito lector: Bibliotecas, centros educativos, cursos de educación para adultos, cursos culturales de diferente índole, uso de internet a través de las redes de cibercentros, etc.
- Fuerte sentimiento de arraigo y orgullo de pertenencia a la zona y a su historia, que favorece la inquietud por conocerla a través de lecturas.
- Predisposición a participar en actividades culturales colectivas, que facilita un clima propicio para el desarrollo de hábitos lectores (debates en asociaciones de amas de casa, talleres de teatro, clubes de lectura...).
- Internet ha reforzado y creado inquietudes antes difíciles de desarrollar.

Junto a la evasión, valor tan unido a la lectura de novela y de revistas temáticas, la **lectura entre adultos** implica valores de progreso personal y social, de arraigo con la cultura local, y de cosmopolitismo y afinidad por el conocimiento de realidades ajenas.

La **lectura de prensa diaria** connota valores importantes de sociabilidad en el entorno local (informarse sobre la realidad cotidiana y diferente del medio rural), y también de autoestima (poseer opinión) y de entretenimiento a través de la prensa especializada (deportiva, cinegética, taurina, mundo del motor, etc.).

La **lectura entre la población infantil y juvenil**, fuera de las obligaciones académicas, adopta valores de evasión y entretenimiento, sociabilidad con otros niños y/o adolescentes, de experimentación de emociones y de cercanía a sus ídolos.

Entre los **elementos de fuerte arraigo en el medio rural que inhiben el hábito lector** entre la población:

- Incorporación temprana a la cultura del trabajo y distanciamiento del entorno académico.
- Prevalencia de situaciones cotidianas en las que se prioriza el trabajo, la actividad física y el contacto social fuera de los horarios laborables, situaciones menos favorecedoras para la lectura.
- Limitada repercusión social de la lectura: acceso más restringido a librerías, acciones de fomento de la lectura, etc.
- Autopercepción de situaciones económicas ajustadas y consideración del libro como artículo prescindible.

Generalidades sobre la lectura

La **lectura en general** es beneficiosa mentalmente para el bienestar personal, para la autoestima y para la imagen/status, también es reflexión y genera tolerancia, cosmopolitismo, es diferencial socialmente y genera seducción (ampliar temas de conversación) y seguridad (argumentaciones propias).

La **lectura de libros** se asocia con el aprendizaje y la implicación social (libros de conocimiento, ensayos, historia, investigaciones, compilaciones, etc.), y también con las emociones (novela, cómic, historia, etc.) y posibilita mayor desarrollo personal, cosmopolitismo, responsabilidad social, progreso social, arraigo y evasión.

La **lectura de revistas** de aficiones (caza y pesca, horticultura, costura, cocina, bricolaje, etc.) se asocia con utilidad, y generan desarrollo personal, autoestima, evasión y ahorro.

La **lectura de prensa** es para informarse y mantenerse actualizado y genera mayor desarrollo personal, sociabilidad, buena autoestima y conocimiento del entorno.

Respecto a los estereotipos de los lectores sobre las personas lectoras y no lectoras, podemos resaltar los siguientes:

- **Estereotipo del no lector:** actitud vital conformista, cognitivamente más pobre, ligera autoestima, menor desarrollo personal, socialmente menos crítico.
- **Estereotipo del lector:** actitud vital positiva, beneficios cognitivos, alta autoestima, buen desarrollo personal, dimensión social positiva. Sobre el lector se descargan expectativas de independencia, empatía, responsabilidad social, conciencia de la realidad, etc. Es decir, se le ve como una persona más responsable con la sociedad y consigo mismo.

Aunque cada segmento de población lectora analizada mantenga unos hábitos lectores propios, se han observado ciertos **aspectos comunes de la lectura en el medio rural:**

- El hogar (espacio de intimidad) como escenario principal para la lectura de libros. La lectura en lugares públicos se circunscribe a periódicos y revistas.
- En la población con predisposición a leer se afianza esta opción frente a otras actividades de ocio más restringidas en el medio rural.
- Preferencia de la prensa provincial frente a las ediciones nacionales, ya que les permite el conocimiento de la actualidad más cercana.
- Valor de la lectura como actividad para rellenar tiempos muertos en personas de 60 y más años.
- Estacionalidad e incremento de la intensidad lectora en invierno.
- Elevada prescripción entre los círculos de familiares y amigos, especialmente entre públicos femeninos.
- Resonancia social de los best sellers, que protagonizan muchos de los procesos de prescripción de los lectores.
- Rentabilización de las colecciones particulares de libros. Reutilización de las colecciones que se han ido formando en los hogares a lo largo del tiempo.
- Uso de internet para la consulta de datos en las generaciones más jóvenes.

Entre las **preferencias lectoras por edades y sexo**, destacan los siguientes soportes y temáticas:

- **Escolares de 11 a 13 años:** temáticas habituales de la literatura infantil y juvenil (aventuras, acción, misterio y fantasía).
 - Entre las lectoras: revistas para adolescentes, literatura de contenido social y novelas de actualidad general (best sellers).
 - Entre los lectores: publicaciones gráficas temáticas (naturaleza, ciencia), cómics, prensa deportiva, humor, curiosidades científicas.

- **Escolares de 14 a 17 años:** novelas de misterio y terror, comunicación y lectura de textos en Internet (Tuenti, Myspace, Fotolog, etc.)
 - Las lectoras prefieren revistas para adolescentes, literatura de contenido social y fantástica, best sellers y poesía.
 - Los lectores se decantan por prensa y revistas temáticas (de divulgación científica, masculinas y deportivas) y cómics.

- **Jóvenes de 18 a 25 años:** novelas de terror e intriga, prensa, novela histórica, lecturas en internet (Blogs, etc.) y literatura hispanoamericana.
 - Las lectoras prefieren novela romántica, revistas femeninas y best sellers.
 - Además de los géneros comunes, los públicos masculinos inciden en la lectura de revistas temáticas (deportivas, motor, taurinas...).

- **Adultos de 26 a 40 años:** prensa, literatura contemporánea (escritores nacionales del panorama actual), novela histórica y lecturas prácticas (lecturas profesionales y especializadas: libros, revistas y blogs de pedagogía, agricultura, arte, etc., guías de viaje, etc.),
 - El público femenino prefiere novelas románticas y best sellers.
 - El público masculino destaca la lectura de cómics adultos y la prensa temática (música, humor...), ensayo histórico.

- **Adultos de 41 a 55 años:** prensa, revistas temáticas, literatura
 - Las lectoras manifiestan preferencia por la lectura de revistas temáticas (crónica social, revistas femeninas y prácticas), novela románticas, best sellers y literatura contemporánea.
 - Los lectores prefieren la lectura de la prensa diaria y deportiva, revistas temáticas (de caza, toros, naturaleza), biografías y ensayos históricos, poesía y teatro del siglo XX.

- **Adultos de 56 a 75 años:** prensa y revistas, obras literarias de calado histórico: biografías y literatura española del siglo XX.
 - Las lectoras prefieren revistas del corazón, revistas prácticas y best sellers
 - Los lectores consultan manuales sobre arte e historia, obras conocidas de la literatura universal, literatura hispanoamericana, poesía y teatro del siglo XX.

En definitiva, puede apreciarse una mayor incidencia de la lectura de libros en la población femenina, mientras los varones parecen decantarse más por la lectura de distintos tipos de prensa. La lectura en internet ha irrumpido de manera decisiva entre los jóvenes de 14 a 25 años.

Microredes sociales y promoción de la lectura

Los libros y la lectura se convierten dentro de las localidades rurales en elementos canalizadores de las relaciones sociales. En general, todos los lectores tienen un grupo de referencia para la lectura, pequeño generalmente, con el que comparten libros mediante préstamo, opiniones sobre libros, inquietudes, compra de libros compartida, reparto de elecciones, catálogos compartidos, etc. También hay redes sociales que se organizan en torno al mundo del libro y la lectura, pero son más minoritarias y tienen un carácter formal: asociaciones, grupos de lectura impulsados por las instituciones, etc.

La **Familia** se ha mostrado como un elemento clave en el desarrollo y promoción de la lectura en todos los órdenes: los niños lectores mencionan sólidos hábitos lectores de sus padres; comparten la lectura entre hermanos, etc. Los hijos adultos refuerzan la lectura en padres mayores.

Existen **grupos reducidos de amigos** que se organizan en torno a la lectura (microredes de lectura). Se produce especialmente entre las mujeres y en ellas, la afinidad de géneros y temáticas es esencial. Los principales beneficios que obtienen en estas redes son económicos, prescripción y afecto.

Hay **asociaciones culturales** en las que la lectura aunque no ocupa un papel prioritario, sí está presente. Por ejemplo, asociaciones folclóricas, amas de casa, etc. En este tipo de asociaciones informales se observa que la lectura ocupa un lugar muy importante porque es uno de los elementos que aportan identidad al propio grupo frente al resto de la población de la localidad.

En **Grupos de lectura impulsados institucionalmente** se aprende no sólo a tener un hábito de lectura continuado, sino a aprovechar los recursos propios (bibliotecas familiares) y a fomentar el intercambio.

Los medios de acceso a la lectura

Los agentes y canales del hábito lector detectados y analizados en el estudio son:

1. Bibliotecas municipales

- Se observan diferencias importantes en las dotaciones bibliotecarias y la valoración de las mismas por parte de los usuarios:
 - Satisfactoria en los municipios de mayor tamaño (de 2.000 a 4.000 habitantes), en cuanto a los horarios de atención al público (disponen de horarios de mañana y de tarde), fondos bibliotecarios amplios, instalaciones bien acondicionadas y atención de personal.
 - Con ciertas limitaciones en los municipios pequeños (de menos de 2.000 habitantes): peor acondicionamiento de los centros bibliotecarios,

horarios reducidos de atención al público y fondos bibliográficos restringidos.

- También diferencias en usos de los servicios bibliotecarios. Públicos muy activos, que solicitan libros en préstamo con elevada frecuencia:
 - Mujeres de 41 a 55 años y personas mayores de 55
- Usuarios ocasionales del servicio de préstamo de libros:
 - Escolares, que combinan solicitudes de préstamo en las bibliotecas de sus centros educativos y en las municipales
 - Jóvenes de 18 a 25 años y adultos de 26 a 44 años: en estos segmentos se utiliza el préstamo personal de forma más frecuente.
- Otro uso frecuente de los servicios bibliotecarios corresponde al préstamo de material audiovisual (DVDs y CDs): el público más intensivo en este servicio son adolescentes y jóvenes hasta 25 años.
- Se ha observado que la consulta en sala se corresponde con:
 - Horario de tarde: escolares y mayores de 55 años
 - Horario de mañana en bibliotecas con esta disponibilidad: población jubilada y no activa (parados y amas de casa)
- Los usuarios de las bibliotecas, especialmente en municipios de más de 2.000 habitantes, valoran satisfactoriamente la labor del personal bibliotecario. Además de la atención en las obligaciones diarias, destacan otras actividades desarrolladas por estos profesionales a favor del fomento de la lectura:
 - Guías de lectura en los centros bibliotecarios
 - Organización de cuentacuentos
 - Actividades de celebración del día del libro
 - Bibliopiscinas

2. Centros educativos

- Los centros educativos de los municipios y hábitats analizados están desarrollando acciones a favor de la lectura, muchas de ellas orientadas desde el Plan de Lectura de bibliotecas escolares de Castilla y León.
- Las más destacadas por su interés para el alumnado son: ambientaciones de zonas escolares con temáticas concretas, concursos y maratones literarios, expositores de libros y pantallas digitales en espacios visibles por el alumnado, actividades lúdicas de animación a la lectura en jornadas extraescolares, incentivar el uso de bibliotecas (autogestión por parte del alumnado).

3. Formación de adultos

- Los talleres y cursos de formación de adultos se han visto como otro medio eficaz de fomento la lectura y la escritura.
- El público femenino adulto, más afín a estos cursos de cultura general, destaca positivamente la labor docente y las actividades desarrolladas en los mismos: ejercicios de aprendizaje lector, lectura combinada en los talleres de libros actuales y de literatura clásica y ejercicios que facilitan la comprensión lectora (contextualización, explicación de datos históricos, etc.).

4. Canales de venta

- Los municipios de menor tamaño cuentan con limitaciones en la venta de libros y de publicaciones. Esta oferta se reduce a quioscos de prensa y tiendas en estaciones de servicio (gasolineras). Los lectores de estos municipios utilizan estos canales para adquirir, fundamentalmente, prensa y libros de bolsillo.
- En los municipios de mayor tamaño cuentan con diferentes canales de venta: quioscos de prensa y revista, puntos de venta multiproducto y librerías. A estas librerías acuden sobre todo públicos escolares, jóvenes y adultos hasta 44 años, públicos que también acuden a otros puntos de venta, tanto del municipio como de las capitales de provincia.
- Las acciones de televenta de publicaciones (tipo Círculo de Lectores) tienen una incidencia elevada entre la población lectora del medio rural, a la que se le asocian ventajas, tanto de comodidad, como económicas.

Ficha técnica

Trabajo de Campo: Conecta Research and Consulting

Tipo de encuesta: entrevista en profundidad, de una hora aproximada de duración

Ámbito: población de 10 y más años, instituciones locales, docentes y asociaciones y centros cívicos de municipios de entre 500 y 5.000 habitantes de Castilla y León. En concreto las entrevistas se realizaron en Madrigal de las Altas Torres (Ávila), Tamames (Salamanca), Lerma (Burgos), Olmedo (Valladolid).

Muestra: 40 entrevistas dirigidas a público general, 4 a instituciones locales, 4 a docentes, 4 a personas relevantes dentro de asociaciones o centros sociales

Fecha de encuestación: 2008